

Imaginario social en la publicidad web de los e-readers
Silvina Marcela Angelozzi

Palabra Clave (La Plata), abril 2015, vol. 4, nº 2, p. 98-108. ISSN 1853-9912
<http://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar>
Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Departamento de Bibliotecología

Artículo/Article

Imaginario social en la publicidad web de los *e-readers*

[Social Imaginary in web advertising of *e-readers*]

Silvina Marcela Angelozzi*

* Centro de Investigación de la Facultad de Filosofía y Humanidades. Facultad de Filosofía y Humanidades. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. E-mail: smangelozzi@gmail.com

Resumen: Se trata de una reflexión en la que se exploran las significaciones imaginarias que se materializan en los discursos publicitarios sobre los aparatos lectores de libros digitales comúnmente denominados *e-readers*. Se sostiene que participan significaciones imaginarias asociadas tanto al imaginario neotecnológico de las tecnologías digitales (Cabrera, 2006, 2011) como a lo que se puede denominar el imaginario del "orden de los libros" (Chartier, 2000, 2005). Para realizar la exploración, se analizan los discursos publicitarios en la web de tres casos: las marcas Kindle (de Amazon), Kobo y Bq (de Movistar). Se concluye que los *e-readers* son aparatos que participan del imaginario neotecnológico al igual que otros dispositivos que integran el complejo de las tecnologías digitales para la vida cotidiana, y que remiten también en gran medida a las significaciones imaginarias en torno al libro impreso.

Palabras clave: *E-readers*; Libros digitales; Imaginario social.

Abstract: This paper explores the imaginary meanings that appear in the advertising discourses on e-book reading devices commonly known as e-readers. It starts from the assumption that imaginary meanings are associated with both: the imaginary associated to digital technologies (Cabrera, 2006, 2011) and to the imaginary of "order of books" (Chartier, 2000, 2005). In order to carry out the exploration, the advertising discourses in the homepages of three cases are analyzed: The Amazon Kindle, Kobo and MovistarBq brands. The conclusion is that e-readers are devices that participate of the imaginary of the digital technologies as other devices in the complex of digital technologies in everyday life, and also refers strongly to the imaginary meanings related to printed books.

Keywords: E-readers; E-books; Social imaginary.

Cita recomendada: Angelozzi, Silvina Marcela. 2015. Imaginario social en la publicidad web de los e-readers. Palabra Clave (La Plata), vol. 4, nº 2, p. 98-108. Disponible en: <http://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCv4n2a03>.



Artículo publicado bajo Licencia Creative Commons (CC) AtribuciónNoComercial-CompartirDerivadasIgual 3.0 http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_AR

Recibido: 29 de octubre de 2014; aceptado: 19 de marzo de 2015; publicado: 30 de abril de 2015.

1. Introducción

En este trabajo se realiza una reflexión a través de la exploración de las significaciones imaginarias que se materializan en los discursos publicitarios sobre el aparato comúnmente denominado *e-reader*. Los *e-readers* son dispositivos dedicados para la lectura de textos digitales, y en especial de los denominados *e-books* o libros digitales. Utilizan la tecnología de "tinta electrónica" y no poseen retroiluminación, como es en el caso de las pantallas de las computadoras, tabletas o teléfonos móviles.

Se sostiene que participan significaciones imaginarias asociadas tanto al imaginario neotecnológico de las tecnologías digitales (Cabrera, 2006, 2011) como a lo que, siguiendo a Chartier (2000, 2005), se puede denominar el imaginario del "orden de los libros".

Para realizar la exploración, se analizaron los discursos publicitarios de las páginas web de tres marcas de *e-readers* del mercado: Kindle de Amazon, Kobo y Bq de Movistar. Se tomaron las páginas en español, alojadas en las webs oficiales en España. Se eligieron estas marcas por tener páginas publicitarias con mayor desarrollo y se consideró que con tres casos era suficiente para el tipo de análisis propuesto. Vale aclarar que no se intentó realizar un relevamiento de las marcas existentes, ni describir los dispositivos o comparar funcionalidades, sino reflexionar sobre las significaciones sociales a las que apelan los discursos publicitarios destinados a promoverlos.

Las páginas se visitaron durante febrero de 2014, y se tomaron los modelos más avanzados vigentes en ese período. El análisis se focalizó en los textos verbales escritos y no se tuvieron en cuenta otros elementos de las páginas web como diseño, imágenes, etc.

Se trata de una exploración parcial de los discursos que circulan, ya que para realizar un análisis completo habría que dar cuenta del entramado compuesto por múltiples discursos y su red interdiscursiva, instituciones, medios, intereses, relaciones de poder, acciones políticas y económicas.

2. Desde dónde se realiza la reflexión: aspectos conceptuales

2.1. Significaciones sociales e imaginario neotecnológico

Se sigue a Cabrera (2006: 52), que considera que las significaciones sociales "constituyen un conjunto o totalidad coherente (con cierta clausura), de creencias (sentimientos, ideas e imágenes) compartidas". Este autor propone entender las significaciones sociales desde la teoría de la institución imaginaria de la sociedad de Castoriadis. Así, las significaciones imaginarias sociales son entendidas como condensación del "magma" de lo imaginario en un tiempo y un espacio particular. Encierran una doble dimensión: una creativa, inventiva, esencialmente inmotivada, y

otra determinada, reproductiva, históricamente constituida. El imaginario se materializa en discursos y acciones.

Se entienden las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como un "conjunto heterogéneo de aparatos, instituciones y discursos" (Cabrera, 2006: 154), que ocupan un lugar central en las visiones de mundo, prácticas sociales, esperanzas, sueños y deseos de la sociedad contemporánea. Los aparatos se refieren a la multiplicidad de objetos y técnicas presentes en la vida cotidiana. Lo institucional se materializa en nuevos modos de producción y gestión económica, nuevas modalidades de servicio, la penetración en los diversos ámbitos de la vida social. Parte componente de las tecnologías son también los discursos asociados: empresariales, publicitarios, políticos, educativos que promocionan la aceptación y el uso de los aparatos y que crean escenarios de futuro. Los aparatos circulan por los más variados medios y constituyen una compleja red de discursos. Como expresa Cabrera (2011: 44): "Los objetos de consumo, entre ellos los artefactos tecnológicos, se revisten de características especiales condensando significaciones sociales del imaginario de la sociedad" y "el imaginario de las nuevas tecnologías [...] constituye una red tejida de significaciones sociales de las que el artefacto tecnológico es, a la vez, consecuencia y causa" (Cabrera, 2011: 50-51).

Lo tecnológico, lo social y lo cultural constituyen un entramado complejo e indisoluble y es indiscutible que la tecnología no puede verse solamente como un conjunto de aparatos u objetos asociados a una funcionalidad práctica. La producción y consumo de tecnología se dan en un contexto político, cultural y económico que los moldea y que a su vez es moldeado por ellos. Cabrera (2006: 158-159) identifica como componente crucial y real de las nuevas tecnologías "el conjunto de discursos 'tecnocientíficos' y 'publicitarios' intrínsecos a la producción, la circulación y el consumo de los aparatos"

Ese conjunto de aparatos, instituciones y discursos operan dentro de lo que Castells (2000: 88-89) denomina la "sociedad red", cuyos rasgos distintivos son: la presencia de las tecnologías de la información y comunicación, que son fundamentalmente tecnologías para actuar sobre la información, con una alta capacidad de penetración en la vida cotidiana individual y colectiva; la lógica de interconexión en red; la flexibilidad y la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado.

Una característica que debe ser tomada en cuenta es que los aparatos funcionan "en conjunto"; es decir, cada aparato participa del sistema tecnológico completo (aparatos, servicios, usos, discursos, promesas). El sistema tecnológico se basa en la confianza y en la fe en el propio sistema, confianza y fe que son alimentadas por las promesas ya cumplidas.

Las significaciones sociales circulan a través de los discursos, pudiendo entenderse estos últimos como "lugares investidos de sentido" (Verón, 2004: 48). Los discursos son productos, sometidos a ciertas condiciones (sociales) de producción, que pueden conocerse a través de las huellas que han dejado en la superficie textual. El análisis del discurso es, por tanto, una de las formas de aprehender las significaciones del imaginario social.

2.2. *E-readers*, libros digitales y libro tradicional

Las tecnologías digitales tienen presencia hace ya bastante tiempo en todos los aspectos del proceso de producción/edición/difusión de libros, aunque el producto final fuera aún el libro impreso. También hace bastante tiempo que muchos lectores utilizan tecnologías digitales en variados ámbitos de su vida cotidiana. Actualmente están en escena diversos tipos de textos digitales y dispositivos para su lectura, y la práctica de la lectura, asociada durante siglos fuertemente al papel, se realiza también, en parte, en pantallas.

Dentro del universo de los textos digitales y los dispositivos para su visualización, nos detendremos en los denominados *e-readers*. Éstos son aparatos diseñados para la lectura de textos digitales, y más específicamente de *e-books*. "El libro electrónico [*e-reader*] es un dispositivo compacto, con forma de libro tradicional (rectangular por norma general) y cuyo elemento más importante es la pantalla" (Alonso Arévalo & Cordon García, 2010: 63).

Los dispositivos de lectura electrónica se caracterizan por la tecnología llamada "tinta electrónica", que proporciona un "efecto papel" debido a la ausencia de retroiluminación propia y un alto contraste. Permite leer incluso a la luz del sol, con un ángulo de visión de 180 grados. Se destaca también su bajo consumo en relación, por ejemplo, con un *smartphone* o *tablet*, con una autonomía del orden de 8.000 a 10.000 pasos de página. Tienen un peso de alrededor de 150 gramos y un tamaño de pantalla de entre 6 y 10 pulgadas, lo que los hace fácilmente portables.

Como sucede con todos los aparatos de la industria informática, existen múltiples modelos con diversas funcionalidades: memorias interna y externa, controles físicos o táctiles, capacidad para conectarse a Internet por 3G o Wi-fi, subrayar contenidos, hacer anotaciones, diccionarios incorporados, entre otras. Cada dispositivo puede leer uno o más formatos de archivo, y algunos admiten sólo formatos propietarios. Existe software que permite la conversión de un formato a otro.

El concepto de libro digital está aún en el terreno de las disputas por establecer una definición legítima. En la bibliografía también hay falta de precisión en los términos, ya que por ejemplo se suele denominar "*e-book*" tanto al archivo que contiene el texto como al aparato de lectura, y se utilizan indistintamente "libro electrónico" y "libro digital". En el contexto de este trabajo, el término "*e-book*" se reserva para aquellos contenidos digitales que se consideran "libros en soporte digital", también denominados "libros electrónicos" en buena parte de la bibliografía, y se prefiere optar por *e-reader* para el aparato de lectura.

Cuando se habla de libro digital, o *e-book* en inglés, se hace referencia a un híbrido puesto que el "libro" tal como se lo conoce hoy, como objeto y como tecnología, proviene del mundo editorial impreso. Por lo tanto, el concepto de *e-book* sería combinación de la noción de libro con el soporte digital.

Ormes (2001, párr.4-5) señala que el término libro electrónico (*e-book*) se usa para describir un texto o monografía que está disponible en forma electrónica. Esta autora hace notar que el término también se utiliza frecuentemente para nombrar el dispositivo

de hardware para la lectura de libros en formato digital; no obstante, para este caso ella prefiere utilizar el término "lector de libros electrónicos" (*e-booksreader*).

La definición del *Online Dictionary for Library and Information Science* (Reitz, 2014) para la entrada "*electronicbook*" es: "una versión digital de un libro impreso tradicional diseñado para ser leído en una computadora personal o en un lector de libros electrónicos". Considera como sinónimos *libro digital*, *libro en línea*, *e-book*, *ebook*.

Roncaglia (2012: 87-88), luego de hacer una revisión de las definiciones propuestas por varios autores, propone que:

"Un libro electrónico (...) es un texto electrónico que: a) desde el punto de vista de la forma textual, se vuelve a unir a la herencia de la cultura del libro (un texto estructurado, razonablemente extenso, completo, oportunamente codificado y generalmente acompañado por un conjunto de metadatos descriptivos, organizado para una lectura al menos parcialmente lineal a través de una interfaz paginada), y b) desde el punto de vista de la fruición, puede ser utilizado a través de dispositivos de lectura –sean estos dedicados o multifuncionales e interfaces software capaces de permitir una lectura fácil de tales contenidos..."

Cordón García (2011: 17) propone una definición más amplia: un libro electrónico es "cualquier forma de fichero en formato digital que puede descargarse en dispositivos electrónicos para su posterior visualización (...) que precisa de un elemento adicional para su visionado, el dispositivo lector, que debe contener un software adecuado para la lectura del documento".

Al intentar definir "libro digital", es inevitable la referencia al concepto de libro. Éste ha sido trabajado por muchos autores y desde variadas perspectivas en todas las épocas. La palabra "libro" hace referencia a múltiples cuestiones: a una materialidad o el ser soporte de una obra intelectual, a un texto u obra particular, a los usos de lo escrito, a la idea de cierta extensión que lo diferencia de otras manifestaciones, a un objeto de consumo, a un producto de la industria cultural, a un público lector.

No es objeto de este trabajo entrar en la discusión para establecer una definición de "libro". Sí nos interesa, en cambio, hacer referencia al imaginario social en torno a él y a sus usos como objeto, imaginario que participa en la concepción de los *e-readers*.

Se adopta lo que se entiende por libro desde lo cotidiano en el contexto actual: un libro es un conjunto de hojas impresas de papel u otro material, colocadas en el orden en el que se propone su lectura, encuadradas juntas formando un volumen, con una portada y protegido por una cubierta o tapas. Puede contener textos, imágenes, dibujos, música escrita.

Los libros como objetos y como portadores de una obra también son concebidos para ciertos usos, para ciertas situaciones de lectura y existe una gestualidad asociada a su manipulación, cuestiones que el *e-reader* intenta emular para la lectura de *e-books*. Por ejemplo, imita el papel a través de pantallas no luminosas, conserva el paso de página, y algunos modelos dan la posibilidad de anotaciones al margen, subrayar, poner un

marcador o señalador, gestos habituales en los libros en papel. Incluso, se ofrecen con fundas protectoras que se asemejan a las tapas de un libro.

En el libro digital tal como se lo comercializa actualmente, al igual que en el libro impreso, la información textual y gráfica se presenta organizada de forma secuencial en páginas y capítulos. El usuario interactúa con el recurso mediante la acción de “leer y pasar página”. Los *e-books* que ofrecen las tiendas virtuales presentan una “tapa”, y en el caso de que se editen en ambos formatos, suele tener el mismo diseño que la del ejemplar impreso.

Actualmente es posible utilizar tecnologías para generar un texto digital que deje de concentrarse en el mimetismo con el libro en papel: un “nuevo objeto” adaptable a distintos tipos de producciones, que incluya hipertextos con dispositivos de lectura que vayan más allá de la lectura secuencial. Existen algunos ejemplos a nivel experimental, que no han sido tomados en consideración por las editoriales tradicionales.

También gran parte de la terminología que rodea a los *e-books* e *e-readers* está en estrecha relación con la cultura impresa: *tinta* electrónica, *páginas*, *libro* digital, *e-paper* (ipapel electrónico!). Dice Derrida (1997: 38, resaltado del autor) “incluso cuando se escribe en el ordenador, sigue siendo *con vistas* a la impresión final sobre papel, tenga ésta o no lugar: las normas y las figuras del papel —más que las del pergamino— se imponen a la pantalla (la línea, la «hoja», la página, el párrafo, los márgenes, etc.)”

3. Análisis de la publicidad web de los *e-readers*

3.1. *E-readers* e imaginario neotecnológico

En la tecnología digital móvil, Cabrera (2011: 50-54) encuentra condensadas las siguientes significaciones imaginarias sociales: la utilidad, el imperativo de renovación de los aparatos, el reino de la posibilidad total (si aún no lo es hay que esperar que llegará), la lógica de la convergencia técnica (un aparato para múltiples funciones), lo sencillo, lo rápido, lo pequeño, la conexión continua, la flexibilización del tiempo y del espacio. Los *e-readers* no escapan a esta lógica. Se promocionan por su tamaño portable, su bajo peso, el poco gasto de batería, la capacidad de contener y facilitar el traslado de toda una biblioteca en poco espacio.

Recorriendo las páginas de las marcas de *e-readers* seleccionadas, se pueden identificar las significaciones imaginarias enumeradas anteriormente:

a) Pequeño, liviano, rápido:

Amazon Kindle se presenta como: "pequeño, ligero y rápido", "Más ligero que un libro de bolsillo", "Descarga libros en 60 segundos...". Kobo también hace alusión a estas características: "Ligeros y fácilmente transportables". "Con sólo 193 g de peso, bqAvant es el lector de libros táctil con Wi-Fi más ligero del mercado", publicita Bq.

Dice Zygmunt Bauman (2004: 19): "Lo pequeño, lo liviano, lo más portable significa ahora mejora y 'progreso'. Viajar liviano [...] es ahora el mayor bien y símbolo de poder."

b) Movilidad:

En todos los casos se resalta la posibilidad de llevar toda una biblioteca en la mano y transportarla fácilmente. Amazon Kindle propone "Lleva tu biblioteca a todas partes". En el caso de Kobo: "Una biblioteca móvil"... "Kobo Aura HD va donde tú vayas, haciendo posible tener siempre a mano una recopilación de hasta 3.000 libros electrónicos". En la página de Bq leemos: "Una biblioteca portátil". "Haz de tu e-reader una auténtica biblioteca con los más de 2.500 libros que puedes guardar en los 4 GB de memoria interna de tu bq Cervantes"

c) Conectividad permanente:

"El Kindle se conecta de forma sencilla al wifi de tu casa o a zonas wifi"; para Kobo: "Navega y descarga cómodamente desde una red Wi-Fi"; en el caso de Bq: "Con Wi-Fi. Conéctate fácilmente a Internet, consulta tu correo, descárgate libros directamente en el e-reader o mantente al día leyendo periódicos online"

Responden así al imperativo de conexión continua, que permitirá por ejemplo que los proveedores de libros puedan seguir trayectorias de navegación y lecturas del usuario y utilizarlas luego para definir políticas editoriales, realizar recomendaciones personalizadas e incluso monitorear el uso de un libro adquirido. Las principales empresas de ventas de libros digitales desarrollaron sus propios dispositivos y formatos, de modo que tienen facilidad para realizar este seguimiento.

d) Convergencia:

Los nuevos modelos que van apareciendo ofrecen funcionalidades para que el aparato, originalmente pensado sólo para la lectura de textos, pueda ser utilizado para múltiples propósitos: comprar libros, recibir novedades, ver el correo electrónico, navegar por Internet, participar de redes sociales para compartir con otros lectores, etc.

Por ejemplo, Bq, en la fecha en que se consultó la página, ofrecía en su modelo más avanzado:

"Infinidad de prestaciones. Con Wi-Fi integrado, disfruta de todas las posibilidades de Internet en tu Movistar ebookBq: consulta el correo, accede a tus perfiles en redes sociales o compra online desde tu e-reader. Con tecnología RSS integrada, suscríbete a tus publicaciones digitales favoritas y recibe sus actualizaciones directamente en tu e-reader. Y cuando te canses de navegar, diviértete jugando a los juegos incorporados o escuchando tu música o audio-libros favoritos."

e) A medida y bello:

Se presenta como un producto bello, con posibilidades de personalizarlo con fundas de colores y accesorios. Detrás de esto, hay una apelación a los afectos, en pos de generar una relación personal con los aparatos. Esto se puede apreciar, por ejemplo, en expresiones como: "Personaliza tu Kindle". En el caso de Kobo leemos: (...) "tiene un aspecto soberbio desde cualquier ángulo. Haz clic aquí para una vista de 360 grados". "Experimenta la belleza y claridad de leer en un eReaderKobo". "Lee con estilo y elegancia". "Decora tu KoboTouch".

f) Flexibilización del tiempo y del espacio:

El espacio es flexibilizado en dos sentidos: por un lado, en relación con la movilidad, como vimos anteriormente, y por otro, en la posibilidad del almacenamiento de muchos libros en un aparato pequeño. La capacidad de la memoria de estos aparatos, aunque sea finita, se presenta como ilimitada en la teoría, en el sentido de que es "ampliable" ahora mediante accesorios como memorias SD y es "esperable" que nuevos modelos tengan más capacidad.

La empresa Kobo lo comunica de esta forma:

"...podrás llevar contigo hasta 3.000 eBooks allá donde vayas. Y si no te parece suficiente almacenamiento, la mayoría de nuestros eReaders tienen una memoria ampliable para que puedas guardar aún más, hasta 30.000 con una tarjeta MicroSD".

Amazon resalta: "Los documentos se almacenarán en tu biblioteca Kindle para que los puedas descargar fácilmente en cualquier parte y en cualquier momento". Amazon ofrece un espacio en el servidor y a priori no se hace referencia al límite de almacenamiento: se puede almacenar "todo" lo que se compre.

Las operaciones de compra de libros que implicaban cierto tiempo y desplazamiento ahora se hacen en pocos segundos: "Todo el contenido adquirido se transfiere automáticamente a tu Kindle en cuestión de segundos: busca, compra y empieza a leer"

Se puede ver también la referencia al "sin límite" en la renovación de la utopía de la "biblioteca universal" contenedora de todo lo escrito y por escribir. Ahora la utopía es la gran biblioteca universal que contenga todo lo producido, sin muros, como una gran red de conexiones en todo el planeta. Una gran biblioteca global accesible desde cualquier punto y en cualquier momento para consultar cualquier información. Los diversos soportes convergen en la pantalla.

En el siguiente apartado se ejemplifica, a través de los textos publicitarios, cómo los *e-books* e *e-readers* condensan también significaciones imaginarias provenientes de la cultura impresa.

3.2. *E-readers* e imaginario social en torno al libro tradicional

Chartier (2005: 212) considera que pensar en el libro digital es trasladar los cánones de lo impreso a los textos en la nueva materialidad digital:

“Así, el libro digital estaría definido por oposición a la comunicación electrónica libre y espontánea que autoriza a cualquiera a poner en circulación en la red sus ideas, opiniones o creaciones. Así, se reconstituiría en la textualidad electrónica un orden de los discursos que permitiría diferenciarlos según su identidad y autoridad propias”

De modo que para este autor, los *e-books* funcionan en una lógica de “publicación electrónica que resulta de un trabajo editorial que necesariamente fija y cierra los textos publicados para el mercado” (Chartier, 2005: 212). Observando los *e-books* que ofrecen las editoriales tradicionales y las condiciones de uso impuestas a quienes los consumen, se percibe esta lógica.

Continuando con los ejemplos, se puede visualizar cómo se hace referencia en la publicidad a este entramado imaginario que rodea al objeto-libro impreso en papel y a la experiencia de lectura asociada. Y cómo ese entramado también participa de la concepción, fabricación y propuesta de uso de los *e-readers*.

Kindle anuncia: “Añade notas al texto, como si escribieras tus comentarios en los márgenes de un libro”. “Gracias a la pantalla de tinta electrónica E Ink, te parecerá que estás leyendo un libro de papel”. “Se lee como en papel, sin reflejos, incluso a plena luz del sol”. “Hemos creado algoritmos que relacionan el texto concreto que aparece en tu libro Kindle con el texto correspondiente en su edición impresa para identificar el número de página real que muestra”.

Respecto de la metáfora de la página, dice Derrida (1997:38): “El orden de la página, aunque sea a título de supervivencia, prolongará de este modo el sobrevivir del papel mucho más allá de su desaparición o de su retirada”.

La publicidad de Kobo expresa: “Es una experiencia completamente equiparable a la lectura en formato impreso, sólo que mejorada por los avances tecnológicos únicamente posibles de encontrar en un lector Kobo”; “los diseñadores de Kobo se inspiraron en lo mismo que tú: los libros”; “diseñado para encajar perfectamente en tu mano, igual que un libro de pasta dura (...) la transición de página es impecable – como pasar hojas de papel”.

Se alude directamente a la experiencia de lectura en papel, pero “mejorada”, la superación está dada por los avances de la tecnología digital. La “inspiración” son los libros de papel. La tecnología táctil hace posible el “pasar la página” con el dedo.

En el caso de Bq se remarca: “Igual que si leyeras en papel gracias a su pantalla de tinta electrónica E-inkVizplex”. “Tan fácil como leer en papel pero con muchas más prestaciones”

Morley (2008: 140) expresa respecto de las tecnologías: “La dinámica de hacer que las tecnologías sean fáciles de usar para el consumidor con frecuencia implica insertarlas en formas reconocibles de épocas anteriores”. No es novedoso esto en la historia del libro: por ejemplo, los primeros impresos occidentales emulaban en gran medida el aspecto de los manuscritos. Como se puede ver en el caso de Bq, se alude a la misma experiencia de

lectura que en papel pero con “muchas más prestaciones”; se propone un salto del papel (sin abandonar lo conocido) a algo mejor.

Amazon dice de su Kindle:

“La característica más elegante de un libro físico es que desaparece mientras estás leyendo. Al sumergirte en el mundo e ideas del autor, te olvidas de la apariencia y el tacto del libro. Nuestro diseño tiene esa finalidad, conseguir que te olvides del Kindle para que te pierdas en la lectura y no en la tecnología”

Es decir, se intenta que esta tecnología se vuelva “transparente” y sea naturalizada como fue naturalizado el objeto libro.

4. E-readers: cruce de imaginarios

Los *e-readers* se proponen para una experiencia de lectura cercana a la del papel en lo visual y gestual del acto de leer, a lo que se suman las ventajas de lo digital: capacidad de almacenar una biblioteca completa y trasladarla, conexión a la web, comprar un libro o descargarlo con un *clic*, fácil portabilidad ya que es pequeño y liviano.

Entonces, se puede decir que si bien los *e-readers* son aparatos que participan del imaginario neotecnológico y vienen a integrar el complejo de las tecnologías digitales para la vida cotidiana, remiten también en gran medida a las significaciones imaginarias que dieron lugar a la hegemonía del papel en la cultura occidental por más de cinco siglos.

Para completar el análisis, sería interesante analizar otros tipos de discurso como, por ejemplo, el de la bibliografía científica sobre *ereaders* producida desde campos como la informática, la bibliotecología, la educación y la comunicación.

Páginas web analizadas

Amazon Kindle: <http://www.amazon.es/Kindle-pantalla-15cm-color-grafito/dp/B0051QVF7A> [Consulta: febrero 2014]

Kobo: <http://es.kobo.com/devices#ereaders> [Consulta: febrero 2014]

Bq: <http://www.bqreaders.com/ar/productos/avant.html> [Consulta: febrero 2014]

Bibliografía

Alonso Arévalo, J. & Cordon García; J.A. (2010). El libro electrónico en el ecosistema de información. *Ciencias de la Información*, 41 (2), 58-68.

Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Cabrera, D.H. (2006). *Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Biblos.

Cabrera, D.H. (2011). *Comunicación y cultura como ensoñación social: ensayos sobre el imaginario neotecnológico*. Madrid: Fragua.

Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I. La sociedad red*. México: Siglo Veintiuno.

Chartier, R. (2000). *Cultura escrita, literatura e historia*. (2da. Ed.). México: Fondo de Cultura Económica.

Chartier, R. (2005). *El presente del pasado: escritura de la historia, historia de lo escrito*. México: Universidad Iberoamericana.

Cordón García, J.A. (2011). *La revolución del libro electrónico*. Barcelona: UOC.

Derrida, J. (1997). Le papier ou moi, vous savez... [entrevista]. *Cahiers de médiologie*, 4, 33-57. Recuperado de

http://mediologie.org/cahiers-de-mediologie/04_papier/derrida.pdf

Morley, D. (2008). *Medios, modernidad y tecnología: hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Ormes, S. (2001). An E-book Primer. Networked Services Policy Task Group. Recuperado de <http://www.ukoln.ac.uk/public/earl/issuepapers/ebook.htm>

Reitz, J.M. (2014). *Online Dictionary for Library and Information Science*. ABC-CLIO. Recuperado de http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_e.aspx#electronicbook

Roncaglia, G. (2012). *La cuarta revolución: seis lecciones sobre el futuro del libro*. Villa María, Eduvim.

Verón, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.